WEB

ACE
BUSINESS
LAB ’26

GUÍA DEL TALLER · PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL 2026

MI WEB LA HIZO MI SOBRINO... Y SE NOTA

Leonor Sánchez de la Ossa y Diego López · 3 de noviembre de 2026 · 4 horas · Presencial

Presencia online para pequeños negocios: entender, construir y mejorar tu web. Todo lo que vimos en el taller, con los trucos, los prompts y la lista para revisar tu web.

ORGANIZA

ACE La Manga · Asociación de Comerciantes y Empresarios

NEGOCIO DE REFERENCIA

Sun&Sand, inmobiliaria ficticia de La Manga

WEB DE DEMOSTRACIÓN

sunandsand.maausk.tech

sunandsand.maausk.tech/ace/

Cómo usar esta guía

Esta guía recoge, bloque a bloque, lo que contamos y construimos en el taller. Cada apartado lleva el número de la diapositiva a la que corresponde, para que puedas seguirla con la presentación al lado.

Encontrarás cuatro tipos de recuadro: **trucos** para aplicar en tu negocio, **prompts** listos para copiar en ChatGPT o en cualquier otra IA (cambia lo que va entre corchetes), **advertencias** y la **idea clave** de cada parte.

BLOQUE	QUÉ VIMOS	QUIÉN
1	**¿Realmente necesitas una web?** Primero negocio, después tecnología.	Leo
2	**De la web de los 90 a la IA.** Entender cómo funciona una web construyéndola.	Diego
3	**WordPress y desarrollo con IA.** De archivos sueltos a un sistema que gestiona la inmobiliaria.	Diego
4	**Que nos encuentren y que funcione.** Visibilidad, confianza, obligaciones y plan de mejora.	Leo y Diego

EL NEGOCIO DE REFERENCIA: SUN&SAND

Durante todo el taller trabajamos con Sun&Sand, una inmobiliaria boutique de La Manga que **no existe**. Sus viviendas, precios y fotografías son de demostración, y las imágenes están generadas con IA. Sus problemas, en cambio, son los de cualquier pequeño negocio.

EL HILO CONDUCTOR: EL SOBRINO

El sobrino no es un personaje del que reírse. Es la forma de recordar una idea: una web hecha deprisa, sin revisar y sin un dueño claro, se nota. Y la inteligencia artificial no hace desaparecer al sobrino: lo hace más rápido.

LA FRASE DEL TALLER

«Un plugin hecho con IA sin revisar es el sobrino de siempre. Solo que ahora el sobrino escribe muy rápido».

TODO EL MATERIAL, EN LA WEB

En **sunandsand.maausk.tech/ace/** tienes las siete versiones de la web que construimos, los prompts del taller para copiarlos con un clic y esta guía. El código QR de la portada lleva allí.

BLOQUE 1

01 ¿REALMENTE NECESITAS UNA WEB?

Primero negocio, después tecnología

DIAPOSITIVA 1

¿Para qué quiere una web Sun&Sand?

Quien busca casa en La Manga, sea de Madrid, británico o alemán, casi siempre empieza en un portal inmobiliario. Ve un apartamento que le gusta y, antes de llamar, busca el nombre de la agencia en Google. Ahí puede encontrarse tres cosas:

1. **Solo un Instagram**, con cuatro fotos y la última publicación de hace un año.
2. **Una web abandonada**: novedades de 2019, un teléfono que no se ve en el móvil y el navegador avisando de que el sitio no es seguro.
3. **Una web clara**, con las viviendas, con caras y con un botón para pedir una visita.

Los portales traen el contacto, pero la decisión de confiar se toma en tu web. Y una inmobiliaria tiene dos clientes: el que compra y el que quiere vender su casa, que también mirará la web antes de confiársela.

No todos los negocios necesitan una web grande: a veces basta una ficha de Google bien cuidada y unas redes activas. La pregunta no es «¿tengo web?», sino «¿qué tendría que pasar para que mi web me saliera rentable?». Sun&Sand lo tiene claro: un catálogo de viviendas, una página para propietarios y una sola acción principal, **«Solicitar visita»**.

PREGUNTA PARA TI

¿Qué tendría que pasar para que tu web te saliera rentable? Si la respuesta es «que me llamen más», ponle número: ¿cuántas llamadas al mes serían «más»? Ese es el primer paso para medir.

TRUCO: MÍRATE CON LOS OJOS DE TU CLIENTE

Funciona con cualquier negocio: basta con cambiar el tipo de cliente.

PROMPT

Actúa como [tipo de cliente: por ejemplo, un comprador alemán que busca un apartamento en La Manga].

Esta es mi web: [dirección de tu web].

Antes de contactar conmigo, ¿qué dudas te quedarían? ¿Qué te haría desconfiar? ¿Qué te faltaría para pedir una visita?

IDEA CLAVE

El objetivo no es tener una web; es que el cliente confíe y dé el siguiente paso.

DIAPOSITIVA 2

Tu web es tuya. Tus redes, no.

En las redes sociales construyes sobre terreno alquilado: el contenido y el esfuerzo son tuyos, pero las reglas las pone otro y las cambia cuando quiere. Tres ejemplos reales:

- **Twitter pasa a ser X.** Cambió de dueño en 2022: la verificación pasó a ser de pago y muchas herramientas que usaban las empresas dejaron de funcionar.
- **El algoritmo.** Publicas lo mismo que siempre y de repente lo ve la mitad de la gente.
- **Ni Google se libra.** Permitía crear una web gratuita desde la ficha de empresa y en marzo de 2024 las cerró.

Con una web propia, el contenido y la dirección son tuyos. Dicho en una frase: tu web solo se cierra si incumples la ley o tu contrato; tus redes, cuando la plataforma decida. Eso no significa abandonar las redes: **las redes son el escaparate y la web es tu local.** Usa las redes para llevar gente a lo tuyo: la web, tu lista de correo, tu WhatsApp.

Y lo tuyo solo es tuyo si está a tu nombre. Si el dominio lo registró el sobrino con su correo, el alojamiento lo paga con su tarjeta y las contraseñas las tiene él, la web es del sobrino.

TRUCO: PUBLICA EN TU WEB Y COMPARTE EN REDES

Lo importante (una vivienda nueva, una noticia, un servicio) se publica primero en la web y después se comparte en las redes con el enlace. Así el contenido vive en tu casa y las redes te traen visitas.

TRUCO: LA PRUEBA DEL «¿ES MÍO?»

Comprueba esta semana que tienes acceso propio, sin pedírselo a nadie, a:

- [ ] El panel donde está registrado el dominio.
- [ ] El alojamiento de la web.
- [ ] El correo de recuperación de cada cuenta.
- [ ] Las contraseñas de administrador, guardadas en un gestor de contraseñas.

Si alguna depende de otra persona, pídele acceso como titular, no como invitado.

TRUCO: DOBLE FACTOR DE AUTENTICACIÓN

Actívalo en Instagram, Facebook y Google. Es la forma más sencilla de que no te roben una cuenta que no tiene a quién reclamar.

IDEA CLAVE

Las redes son el escaparate; la web es tu local. Y tu local tiene que estar a tu nombre.

DIAPOSITIVA 3

La prueba de los cinco segundos

Enseñamos dos portadas de la misma inmobiliaria, cinco segundos cada una, y preguntamos: **¿qué vende, dónde está y cómo la contacto?** Con la web clara, las tres respuestas saltan a la vista; con «la web del sobrino», no. Sus errores son los más habituales en las webs de pequeños negocios:

- El teléfono no aparece en la versión móvil.
- Una sección de «Novedades 2019».
- Un carrusel con seis fotos de banco de imágenes que podrían ser de cualquier sitio.

- Ningún botón de contacto en la primera pantalla.
- El aviso de «no seguro» en el navegador.

La mayoría no cuesta dinero arreglarlos: cuesta atención. La web clara muestra en la primera pantalla el nombre, qué ofrece y dónde («Venta y alquiler de viviendas en La Manga»), una foto propia, el teléfono y el botón «Solicitar visita».

Una palabra que conviene conocer: **conversión**, que el visitante haga lo que queremos que haga. Para Sun&Sand no es vender un piso desde la web, sino que alguien pida una visita. Y para eso tiene que confiar: fotos propias de las viviendas y del equipo, reseñas reales y los mismos datos en todas partes.

TRUCO: LA PRUEBA CON UNA PERSONA

Enseña tu web cinco segundos a alguien que no la conozca y pregúntale qué vendes, dónde estás y cómo te contacta. Si duda en alguna de las tres, ya sabes qué mejorar primero.

TRUCO: LA PRUEBA CON LA IA

Haz una captura de la portada de tu web desde el móvil y súbela a la IA con este encargo:

PROMPT

Mira esta captura de la portada de mi web como lo haría un cliente con prisa, solo cinco segundos.

Dime qué vendo, dónde estoy y cómo contactarte.

Si alguna de las tres cosas no queda clara, explícame por qué y qué cambiarías primero.

ADVERTENCIA

No inventes reseñas ni testimonios. Además de destruir la confianza si se descubren, pueden constituir una práctica comercial engañosa.

IDEA CLAVE

Una web eficaz informa sin esfuerzo y quita dudas.

BLOQUE 2

02 DE LA WEB DE LOS 90 A LA IA

Entender cómo funciona una web construyéndola

DIAPOSITIVA 4

Internet no es la web

Internet es la red: millones de ordenadores conectados. Es la carretera. Por ella circulan el correo, los mensajes de WhatsApp, las videollamadas… y también la web, que es solo uno de esos servicios y más joven de lo que parece.

AÑO	QUÉ CAMBIÓ
1991	Se publica la primera web: texto, títulos y enlaces.
1995	JavaScript: las páginas reaccionan cuando hacemos algo.
1996	CSS: el diseño se separa del contenido.
2003	WordPress: gestionar una web sin tocar código.
2007	El iPhone: hay que pensar en pantallas pequeñas.
Hoy	La inteligencia artificial escribe una web entera.

PREGUNTA PARA TI

Abre una web actual: ¿qué parte es estructura, qué parte es diseño y qué parte reacciona cuando la tocas?

IDEA CLAVE

La tecnología ha cambiado mucho, pero la base de una página sigue siendo sencilla de entender.

DIAPOSITIVA 5

El mapa: dominio, DNS, alojamiento y servidor

Esto es lo que ocurre, en menos de un segundo, cuando alguien escribe una dirección en el navegador:

NAVEGADOR
Pides la página.

→

DNS
La agenda: traduce el nombre a la dirección del servidor.

→

SERVIDOR
Encendido día y noche, entrega los archivos.

→

RESPUESTA
El navegador los interpreta y muestra la página.

- **Dominio:** el nombre (sunandsand.maausk.tech). Si el dominio es la dirección de tu negocio…
- **Alojamiento** (*hosting*): …el alojamiento es el local, donde viven los archivos.

- **HTTPS:** el candado. La comunicación va cifrada; sin él, el navegador avisa de que el sitio no es seguro.

Pagas cosas distintas: el dominio y el alojamiento, cada año; el mantenimiento y los cambios, cuando hacen falta; y el contenido lo pones tú o lo encargas. El profesional, o el sobrino, puede tener acceso para trabajar, pero **el titular tienes que ser tú**.

TRUCO: ¿QUIÉN PAGA QUÉ?

Rellena esta tabla. La casilla que no sepas rellenar es la que hay que aclarar.

CONCEPTO	QUIÉN LO PAGA	CUÁNDO VENCE	A NOMBRE DE QUIÉN
Dominio			
Alojamiento			
Mantenimiento			
Contenido			

IDEA CLAVE

Una dirección web no guarda la página: apunta al servidor que la entrega.

DIAPOSITIVA 6

HTML, CSS y JavaScript: esqueleto, ropa y movimiento

HTML · QUÉ HAY
Títulos, textos, imágenes y enlaces.

CSS · CÓMO SE VE
Colores, letras, tarjetas y adaptación al móvil.

JAVASCRIPT · QUÉ HACE
Menús, botones, filtros y calculadoras.

Una página web es un archivo de texto con marcas que le dicen al navegador qué es cada cosa. En el taller publicamos un «Hola, mundo» con un título (*h1*) y un párrafo (*p*) en un archivo llamado *index.html*, el que el servidor busca por defecto. Fea, pero publicada.

Después hicimos Sun&Sand como en los años noventa: cabecera, tres viviendas con foto, enlaces y una tabla. Si la ruta de una foto está mal, la foto no aparece: es uno de los errores más típicos. En los noventa se usaban tablas para colocar toda la página, y por eso aquellas webs no se podían adaptar al móvil. Hasta aquí llegaban muchas webs del sobrino.

Con unas pocas reglas de CSS, la misma web cambió por completo sin tocar un solo dato: las mismas casas, los mismos precios. Y al estrechar la ventana, las tarjetas se colocan una debajo de otra: eso es una web adaptada al móvil, que es como te verá más de la mitad de tus clientes.

TRUCO: MIRA EL CÓDIGO DE CUALQUIER WEB

En el ordenador, botón derecho sobre la página y «Ver código fuente». No hace falta entenderlo todo: busca tu teléfono o tu título y verás dónde está.

TRUCO: PIDE LOS CAMBIOS CON EL NOMBRE CORRECTO

Cuando encargues un cambio, di de qué tipo es: «cambiar un texto» (contenido, HTML), «que se vea distinto» (diseño, CSS) o «que haga algo» (funcionalidad, JavaScript). Te entenderán antes y te cobrarán por lo que es.

IDEA CLAVE

Una mejora visual cambia la percepción del negocio sin tocar sus datos.

DIAPOSITIVA 7

La IA nos hace la web… y la revisamos

Leo hizo de dueña de Sun&Sand («bonita, que se vea bien en el móvil, con mis viviendas y un botón grande para pedir visitas; y la quiero para ayer») y Diego tradujo el encargo para la IA con las seis claves del primer taller: quiénes somos, qué queremos, qué formato y, sobre todo, qué no debe hacer.

01 PEDIR · 02 REVISAR · 03 CORREGIR · 04 PUBLICAR · 05 COMPROBAR

Lo que entrega es una web de presentación: se ve muy bien, pero el formulario no envía nada a ningún sitio, porque para eso hace falta un servicio detrás. Es la diferencia entre un decorado y un local que funciona. Antes de publicar se revisa: **precios, disponibilidad, testimonios o teléfonos que no hemos dado.** La IA rellena huecos para que quede bonito, y lo que publicas es responsabilidad tuya. Los cambios se piden como los pide un cliente, y el resultado se comprueba donde lo verá el cliente: en el móvil.

PROMPT: LA WEB CON IA

Crea una web estática para una inmobiliaria de demostración llamada Sun&Sand, en La Manga del Mar Menor.

Necesito una portada, tarjetas con tres viviendas ficticias, una sección de servicios para compradores y propietarios, y contacto con un botón principal «Solicitar visita».

Entrégame archivos HTML, CSS y JavaScript separados, adaptados al móvil, accesibles y fáciles de subir a un alojamiento.

Usa un estilo mediterráneo, claro y profesional.

No inventes datos reales, no pongas testimonios y no afirmes que las viviendas están disponibles.

Indica qué partes son solo visuales y no tienen un servicio detrás.

PROMPT: LAS CORRECCIONES

El menú en el móvil debe abrirse con un botón y cerrarse al elegir una opción.

Las tarjetas de las viviendas deben mostrar precio, metros y zona en la misma posición, y el botón «Solicitar visita» debe verse siempre.

ADVERTENCIA

Una web hecha con IA puede incluir precios, disponibilidad o testimonios inventados, y formularios que no envían nada. Revisa el contenido, el funcionamiento y la seguridad antes de publicar.

IDEA CLAVE

La IA acelera el trabajo, pero publicar es responsabilidad de quien firma la web. La IA es un sobrino muy rápido y muy aplicado; pero sigue siendo el sobrino.

PARA LLEVAR

La misma web, siete veces

La web de Sun&Sand se construyó siete veces, cada vez con una tecnología más. El negocio no cambia; cambia cómo se cuenta y lo que la web sabe hacer. Todas siguen publicadas en **sunandsand.maausk.tech/ace/**, para que las abras en orden.

	VERSIÓN	QUÉ APORTA
0	**Hola, mundo**	La página más corta posible: un título y una frase.
1	**HTML puro**	La web del 98: tabla, fotos pequeñas y enlaces. «Web del 98. Vistas de primera».
2	**CSS**	El mismo contenido con otra presentación: tipografías, tarjetas y móvil.
3	**PHP y base de datos**	Las viviendas salen de una base de datos y el formulario se comprueba en el servidor. Se cambia un precio en un sitio y cambia en todas partes.
4	**JavaScript**	Filtros, orden y favoritos que responden al momento, sin recargar la página.
5	**Con IA**	Web bilingüe hecha con ayuda de la IA, con una intranet privada para gestionar viviendas y solicitudes: acceso con contraseña, intentos limitados y fotos que se comprueban y se convierten al subirlas.
6	**WordPress**	Tema propio y plugins pequeños: inmuebles, listado, buscador, destacada, visita por WhatsApp y reservas.

BLOQUE 3

03 WORDPRESS Y DESARROLLO CON IA

De archivos sueltos a un sistema que gestiona la inmobiliaria

DIAPOSITIVA 8

De archivos a un sistema: WordPress

La web de tres viviendas funciona, pero una inmobiliaria de verdad tiene cincuenta, cien, doscientas, cada una con su página. Si un día cambia el teléfono, habría que abrir cien archivos, cambiarlo en cada uno y volver a subirlos. Y si se olvida uno, ese cliente llamará a un número que ya no existe.

Para eso existen los gestores de contenidos (*CMS*): guardan el contenido por un lado y el diseño por otro. Cambias el teléfono en un sitio y cambia en todas las páginas. WordPress es el más usado del mundo, pero no el único ni siempre el mejor. **La pregunta no es cuál es la mejor herramienta, sino quién va a mantener la web.**

SI…	MIRA…
La vas a hacer y mantener tú, sin ayuda técnica	Un constructor visual: Wix, Squarespace, WordPress.com o, si vendes productos, Shopify. Cuota mensual; ellos se ocupan del servidor, las copias y la seguridad, y a cambio dependes de ellos.
Es pequeña y casi no va a cambiar	Una web estática: rápida, barata y muy segura.
Quieres crecer, añadir funciones y que sea tuya	WordPress: libre, gratuito y con miles de extensiones. A cambio, hay que mantenerlo.
Necesitas algo muy específico	Desarrollo a medida. Es lo más caro.

LAS CUATRO PIEZAS DE WORDPRESS

- **El contenido:** textos, fotos y viviendas, guardados en una base de datos, que es como un archivador ordenado.
- **El tema:** el diseño de todo el sitio. Si cambias de tema, cambia el aspecto, pero el contenido sigue ahí.
- **Los plugins:** extensiones que añaden funciones, como un formulario, una galería o un catálogo de inmuebles.
- **PHP:** el lenguaje de WordPress. Monta cada página en el momento con el contenido y el diseño. Por eso es una web dinámica.

LA INSTALACIÓN, EN CINCO MINUTOS

1. Con la base de datos y la configuración ya preparadas por quien te aloja la web, el asistente pide el idioma.
2. Título del sitio, un usuario administrador que no se llame «admin» y la contraseña larga que propone el propio instalador. Guárdala en un gestor de contraseñas.

3. La casilla «Disuadir a los motores de búsqueda de indexar este sitio»: marcada mientras la web está en construcción; **desmarcada en tu web real**.
4. En Ajustes → Enlaces permanentes, elige «Nombre de la entrada» para tener direcciones que se leen.
5. Con un tema de bloques, en Apariencia → Editor → Estilos cambias el color principal y la tipografía, y cambian en toda la web.

ADVERTENCIA

Un WordPress subido al servidor pero sin instalar lo puede instalar cualquiera que llegue antes que tú. El instalador se completa en el momento de subirlo, no se deja para mañana.

TRUCO: ELIGE HERRAMIENTA SEGÚN QUIÉN LA MANTENDRÁ

Tú solo: constructor visual. Web pequeña que casi no cambia: estática. Crecer y que sea tuya: WordPress, con alguien que lo mantenga. Algo muy específico: a medida.

TRUCO: PREGUNTA ANTES DE CONTRATAR

Si te ofrecen una web en WordPress, pregunta quién la actualizará, cada cuánto se harán copias de seguridad y dónde se guardan. Si nadie sabe responder, la web nace con fecha de caducidad.

IDEA CLAVE

Un CMS facilita administrar la web, pero exige mantenimiento. Un WordPress abandonado es una puerta abierta.

DIAPOSITIVA 9

En WordPress, todo son bloques

WordPress trae dos tipos de contenido. Las **páginas**, para lo que no caduca: quiénes somos, servicios, contacto. Y las **entradas**, para lo que se publica con fecha: noticias o artículos. Las viviendas no son ni una cosa ni otra; a eso volvemos en la diapositiva 10.

En el editor, cada cosa es un bloque: párrafo, título, imagen, columnas, botones. Se mueven, se duplican y se cambian de sitio, como piezas. Los **patrones** son combinaciones ya diseñadas, como una cabecera con imagen o tres columnas de servicios: los insertas y cambias el texto. Todo sin escribir código.

Y hay un bloque especial: el **HTML personalizado**, donde puedes pegar HTML, CSS y JavaScript juntos, todo lo que vimos antes del descanso en una sola pieza. La IA escribe muy bien este tipo de piezas. Le pedimos una calculadora de cuota hipotecaria:

PROMPT: LA CALCULADORA

Crea una calculadora de cuota hipotecaria para insertar en un bloque HTML personalizado de WordPress. Todo debe ir en un único bloque: HTML, CSS dentro de una etiqueta style y JavaScript dentro de una etiqueta script.

Campos: precio de la vivienda, entrada, años y tipo de interés anual. Resultado: cuota mensual, importe financiado y total de intereses.

Usa el sistema de amortización francés.

Todas las clases e identificadores deben empezar por «sunsand-» para no afectar al resto de la web.

Diseño adaptado al móvil y accesible, con etiquetas en cada campo. Sin librerías externas.

Incluye un aviso visible: «Cálculo orientativo. No constituye una oferta de financiación».

LO QUE REVISAMOS ANTES DE DARLA POR BUENA

- **La fórmula, con un caso conocido.** 250.000 € con 50.000 € de entrada, a 25 años al 3 %: **948,42 € al mes**. Compruébalo también con el simulador de tu banco.
- **El tipo de interés que pide.** El cálculo usa el tipo nominal anual (TIN) que figura en la oferta, no la TAE. Si el campo no lo dice, el usuario pondrá el que tenga a mano.
- **Cómo escribimos los números.** En un campo numérico, «345.000» puede leerse como 345, porque en España el punto separa los miles. La versión revisada entiende 345.000, 345000, 3,25 y 3.25.
- **Que no rompa nada.** El prefijo «sunsand-» en todas las clases evita que su diseño choque con el del tema.

Tres cosas más: esto funciona, pero no es contenido editable como el resto (para cambiar un texto de la calculadora hay que tocar el código); WordPress solo conserva el JavaScript de este bloque si lo guarda un administrador, y con razón; y si la IA se equivoca en una fórmula, se equivoca con mucha seguridad.

TRUCO: PIDE PIEZAS CON PREFIJO

Cuando pidas a la IA código para pegar en tu web, pídele que todas las clases empiecen por un prefijo propio (sunsand-, tunegocio-). Así su diseño no choca con el del tema.

ADVERTENCIA

El bloque HTML personalizado ejecuta el código que pegues. Úsalo solo con código que entiendas o hayas revisado, y nunca con fragmentos copiados de sitios desconocidos.

IDEA CLAVE

La IA construye piezas; WordPress decide cómo se gestionan dentro del sitio.

DIAPOSITIVA 10

Plugins: enseñarle cosas nuevas a WordPress

Una vivienda tiene lo que una página no tiene: precio, metros, habitaciones, baños, zona, referencia, calificación energética y estado (disponible, reservada o vendida). La calificación energética no es un

capricho: en España, la publicidad de una vivienda en venta o alquiler tiene que incluirla. Como campo, no se olvida en ningún anuncio.

WordPress permite crear tipos de contenido propios (*custom post types*), y lo nuevo se le añade con un **plugin**. Hay más de cincuenta mil gratuitos en el directorio oficial y lo normal es instalar uno que ya exista. En el taller le pedimos a la IA los nuestros. Y van en un plugin, no en el tema: si mañana cambia el diseño, las viviendas siguen ahí.

PROMPT: PLUGIN 1 · SUN&SAND INMUEBLES

Crea un plugin de WordPress llamado «Sun&Sand Inmuebles» para una inmobiliaria de demostración.

Debe registrar un tipo de contenido personalizado «Inmueble» (sunsand_inmueble), público, con archivo en /inmuebles/, compatible con el editor de bloques y con imagen destacada.

Registra tres taxonomías: Zona (jerárquica), Tipo de vivienda y Operación (venta o alquiler).

Añade una caja de campos con: referencia, precio, metros construidos, habitaciones, baños, calificación energética (de la A a la G, o «en trámite») y estado (disponible, reservado o vendido). Regístralos también como metadatos para que estén disponibles en la API.

Sigue las buenas prácticas de WordPress: prefijo sunsand en funciones y datos, comprobación de permisos y nonce al guardar, limpieza de los datos al guardar y escape al mostrarlos, textos traducibles y actualización de los enlaces permanentes al activar.

Sin dependencias externas. No recojas datos de visitantes.

Entrégame la estructura de archivos y explícame qué hace cada uno y cómo probarlo en un entorno de pruebas.

PROMPT: PLUGIN 2 · SUN&SAND LISTADO

Crea un plugin de WordPress llamado «Sun&Sand Listado» que funcione junto al plugin «Sun&Sand Inmuebles».

Debe registrar el shortcode [sunsand_inmuebles] para mostrar los inmuebles en una rejilla de tarjetas con imagen, título, precio, metros, habitaciones, zona, calificación energética y una etiqueta con el estado.

Atributos: zona, tipo, operacion, limite y filtros. Con filtros="si", muestra encima unos desplegables de zona, tipo y operación que filtren el listado.

Limpia los parámetros recibidos, escapa todo lo que se muestra y carga el CSS solo en las páginas donde se use el shortcode, con clases que empiecen por sunsand-.

Diseño adaptado al móvil. Sin dependencias externas. Explícame cómo usarlo y cómo probarlo.

PROMPT: PLUGIN 3 · SUN&SAND VISITA POR WHATSAPP

Crea un plugin de WordPress llamado «Sun&Sand Visita por WhatsApp».

En cada inmueble (tipo de contenido sunsand_inmueble) debe añadir al final del contenido un botón «Solicitar visita por WhatsApp».

El botón abre un enlace a wa.me con un mensaje ya escrito que incluya la referencia y el título del inmueble: «Hola, me interesa el inmueble [referencia], [título]. ¿Podemos concertar una visita?».

El número de teléfono se configura en una página de Ajustes, solo accesible para administradores, con su validación.

No guarda ningún dato de los visitantes. Escapa y codifica correctamente el enlace. Explícame los archivos y cómo probarlo.

QUÉ REVISAR EN EL CÓDIGO QUE DEVUELVA LA IA

- Que se registran el tipo de contenido y las clasificaciones (zona, tipo, operación).
- Que al guardar se comprueban los permisos del usuario y el *nonce*, un código de un solo uso que confirma que el envío viene del propio escritorio.
- Que los datos se limpian al guardarlos y se escapan al mostrarlos: no fiarse nunca de lo que llega de un formulario.

Con los tres plugins, la dueña da de alta una vivienda sin tocar código; el catálogo aparece en cualquier página con **[sunsand_inmuebles filtros="si"]**, y si añade una vivienda nueva, aparece sola. El problema de los cien archivos, resuelto. El botón de WhatsApp abre la conversación con la referencia ya escrita, y no guarda datos de nadie.

TRUCO: SI /INMUEBLES/ DA ERROR 404

Después de activar un plugin que crea un tipo de contenido, entra en Ajustes → Enlaces permanentes y pulsa «Guardar cambios» sin tocar nada. WordPress regenera las direcciones.

TRUCO: MENOS PLUGINS, MEJOR

Cada plugin es código de otra persona dentro de tu web. Antes de instalar uno, pregúntate si de verdad lo necesitas, cuándo se actualizó por última vez y cuántas instalaciones activas tiene.

DIAPOSITIVA 10 · AMPLIACIÓN

Un plugin, una tarea

Al preparar el taller caímos en el error del sobrino: meterlo todo en un plugin enorme. Lo deshicimos. Cada plugin de Sun&Sand hace una sola cosa, y si desactivas uno, los demás siguen funcionando. Cuando uno necesita a otro, WordPress lo sabe y no deja activarlo sin él.

PLUGIN	QUÉ HACE	GUARDA DATOS PERSONALES
Inmuebles	La base: el tipo de contenido, zonas, tipos y operaciones. La ficha tiene sus campos en la barra lateral, avisa de lo que falta (foto, precio, calificación energética) y pone sola la referencia SS-001, SS-002…	No
Listado	El shortcode [sunsand_inmuebles]: tarjetas con filtros por zona, tipo y operación.	No

PLUGIN	QUÉ HACE	GUARDA DATOS PERSONALES
Buscador	Catálogo con búsqueda por palabras, precio, extras, favoritos y vista en rejilla o lista, sin recargar la página.	No
Destacada	Una estrella en la lista de viviendas y la portada muestra esa vivienda, siempre con sus datos al día.	No
Gestión	Un escritorio cómodo: foto, precio y estado en la lista, filtros, cambio rápido de precio y estado, duplicar una vivienda y un resumen al entrar.	No
Visita por WhatsApp	El botón con la referencia ya escrita en el mensaje.	No
Demo	Importa y borra seis viviendas de ejemplo para practicar sin empezar de cero.	No
Reservas	Calendario de fechas libres en los apartamentos de alquiler y solicitudes pendientes de confirmar.	**Sí**

Esta es la verdadera ventaja de WordPress frente a una web hecha a mano: **el control está en el escritorio**. Se cambia un precio o se marca una vivienda como reservada en un solo sitio y cambia en la ficha, en el catálogo, en el buscador y en la portada. Y cada persona entra con los permisos justos: el plugin crea el rol «Agente inmobiliario», que gestiona viviendas y fotos y no ve nada más del sitio.

CUANDO UN PLUGIN GUARDA DATOS DE PERSONAS

El plugin de reservas sí recoge nombre y contacto. Fíjate en todo lo que necesita por eso:

- Lo que envía el visitante es una **solicitud**, no una reserva: queda pendiente hasta que la inmobiliaria la confirma, y así se dice en pantalla. No hay pagos.
- Consentimiento explícito, con enlace a la política de privacidad, y solo los datos imprescindibles.
- Un límite de solicitudes seguidas desde la misma conexión y un campo trampa contra robots.
- Los datos se borran solos treinta días después de la fecha de salida, y en la web solo se ven las fechas ocupadas, nunca quién las ocupa.
- Para avisar por correo, la web necesita un servidor de correo bien configurado. Si no lo tiene, los avisos no llegan.

Para reservas reales con pagos, lo sensato es un plugin de reservas consolidado o la plataforma que ya uses. Y el alquiler de corta duración tiene en España obligaciones propias, como comunicar los datos de los viajeros o mostrar el número de registro en los anuncios: consúltalas con tu asesor antes de vender estancias desde tu web.

ADVERTENCIA

- Prueba cualquier plugin en una copia de la web antes de instalarlo en la real, y haz una copia de seguridad antes.
- No pegues en la conversación con la IA contraseñas, claves ni datos de clientes.
- Instala plugins solo del directorio oficial de WordPress o de desarrolladores conocidos. Nunca versiones «gratis» de plugins de pago: son una de las formas más habituales de meter código malicioso en una web.
- Un plugin que recoge datos de personas (formularios, reservas) implica obligaciones de protección de datos y más medidas de seguridad.

IDEA CLAVE

Una función pequeña, revisada y probada enseña mejor qué es un plugin que una integración enorme. Y un plugin hecho con IA sin revisar sigue siendo cosa del sobrino.

BLOQUE 4

04 QUE NOS ENCUENTREN Y QUE FUNCIONE

Visibilidad, confianza, obligaciones y plan de mejora

DIAPOSITIVA 11

Estar en Google no es salir en Google

Busca «inmobiliaria en La Manga» y verás tres zonas. Arriba, los **anuncios**: empresas que pagan por salir y desaparecen cuando dejan de pagar. Después, el **mapa**, con las fichas de los negocios: para un negocio local, muchas veces lo primero y más valioso que ve el cliente. Y debajo, los **resultados orgánicos**: ahí no se paga, ahí se gana.

- **Tu Perfil de Empresa de Google.** Reclámalo y complétalo entero: categoría, horario, teléfono, web, fotos reales y publicaciones de vez en cuando. Es lo más rápido de mejorar y es gratis.
- **Las reseñas.** Pídelas al cliente contento, en el momento en que está contento, y responde a todas, también a las malas: quien lee una mala reseña con una respuesta educada suele quedarse con la respuesta.
- **Los mismos datos en todas partes.** Nombre, dirección y teléfono idénticos en la web, Google, Instagram y los portales. Si en un sitio hay un teléfono viejo, Google duda, y el cliente también.
- **Una página para cada cosa que te buscan.** Nadie busca «Sun&Sand»: buscan «ático en venta en La Manga» o «vender mi casa en La Manga». Para Sun&Sand, una página por zona con sus viviendas y una pequeña guía del barrio, que es justo lo que no tiene un portal.

Sin trucos raros: títulos claros, contenido útil, fotos con nombres que digan lo que son y una web rápida que se vea bien en el móvil. Y recuerda: estar indexada es estar en el archivo; salir en los primeros puestos lleva su tiempo. Search Console, la herramienta gratuita de Google, te dice por qué búsquedas te encuentran y si hay algún problema.

TRUCO: BÚSCATE COMO UN CLIENTE

Busca tu actividad con tu zona («peluquería en Cabo de Palos») desde el móvil y en una ventana de incógnito. Así ves lo que ve un cliente, no lo que Google te enseña a ti.

PROMPT: LA IA TE PROPONE PÁGINAS

Tengo [tipo de negocio] en [zona]. Mis clientes son [quiénes son].

Hazme una lista de las búsquedas que probablemente hacen en Google cuando necesitan lo que ofrezco. Agrúpalas por intención (informarse, comparar, contratar) y propón qué página de mi web debería responder a cada grupo.

No inventes datos de volumen de búsqueda.

PROMPT: RESPONDER RESEÑAS

Un cliente ha dejado esta reseña de mi negocio: «[pega la reseña]».

Escribe una respuesta pública, breve y educada, que agradezca lo positivo y reconozca lo que haya que reconocer, sin discutir y sin prometer nada que no podamos cumplir.

ADVERTENCIA

No compres ni inventes reseñas. Además de que Google las elimina, es una práctica comercial desleal.

IDEA CLAVE

No basta con publicar: hay que responder a lo que la gente busca y mantener los datos iguales y al día en todas partes.

DIAPOSITIVA 12

Cuando el cliente le pregunta a la IA

Cada vez más gente no busca en Google: le pregunta a una inteligencia artificial. «¿Qué inmobiliaria me recomiendas en La Manga para comprar un apartamento cerca de la playa?». Google da enlaces y tú decides; la IA decide por ti y da un resumen, con dos o tres nombres y, a veces, sus fuentes. Y a veces se equivoca: un horario antiguo, un negocio cerrado, un dato mezclado.

Para que hable de ti, y hable bien, lo mismo que para Google pero con más motivo:

Información clara y completa · Fichas que lo dicen todo · Los mismos datos en todas partes · Reseñas, y que otros hablen de ti · Preguntas frecuentes de verdad · Schema de tu sector

El **schema** son datos estructurados: una forma de etiquetar la información de la web para que las máquinas la entiendan sin adivinar («esto es una inmobiliaria», «este es un anuncio de una vivienda con este precio»). Hay un vocabulario común, schema.org, con tipos para cada sector: para Sun&Sand, RealEstateAgent y RealEstateListing. Pide a quien te haga la web que use el de tu sector.

PROMPT: PREGÚNTALE A LA IA QUÉ SABE DE TI

¿Qué sabes de [nombre de mi negocio] en [localidad]?

Busca en la web, cita las fuentes de cada dato e indica si hay información contradictoria entre ellas.

Si aparece un dato antiguo o equivocado, ve a la fuente que cita y corrígelo allí.

TRUCO: EL SCHEMA DE TU SECTOR

Busca tu tipo de negocio en schema.org (RealEstateAgent, Restaurant, Pharmacy…). En WordPress, muchos plugins de SEO lo añaden: comprueba que el tipo elegido es el de tu sector y no uno genérico.

TRUCO: PREGUNTAS FRECUENTES DE VERDAD

Apunta durante una semana las preguntas que te hacen los clientes por teléfono y WhatsApp. Esas son las de tu página de preguntas frecuentes. La IA puede ayudarte con las respuestas, pero las preguntas tienen que ser las de tus clientes.

ADVERTENCIA

No contrates servicios que garanticen aparecer o ser recomendado por una IA. Ninguna técnica lo garantiza.

IDEA CLAVE

Facilitar datos claros y verificables ayuda a las personas, a los buscadores y a la IA. No hay atajos garantizados.

DIAPOSITIVA 13

La lista que el sobrino nunca pasó

Un sobrino entrega la web y desaparece. Esta es la lista que Diego repasa antes de entregar cualquier web: veintiséis comprobaciones. Úsala con la tuya y marca lo que ya está hecho.

ARRANQUE 5

- [ ] Título del sitio y descripción.
- [ ] Eliminar los ejemplos (entrada, página y comentario de ejemplo).
- [ ] Favicon, el icono de la pestaña.
- [ ] Página 404 útil, que ayude a seguir y no eche.
- [ ] Comentarios desactivados si no se usan.

CONTENIDO Y SEO 6

- [ ] Títulos SEO y metadescripciones de todas las páginas.
- [ ] Imágenes destacadas, las que salen al compartir.
- [ ] Texto alternativo (alt) en cada imagen.
- [ ] Enlaces revisados, ninguno roto.
- [ ] Redes sociales enlazadas y vista previa al compartir.
- [ ] Schema del sector (schema.org).

VISIBILIDAD 4

- [ ] Desactivar el bloqueo de los motores de búsqueda.
- [ ] Mapa del sitio.
- [ ] Alta en Google Search Console y envío del mapa del sitio.
- [ ] Códigos de seguimiento, cargados solo tras el consentimiento de cookies.

VELOCIDAD 4

- [ ] Compresor de imágenes.
- [ ] Caché y minificación activadas.
- [ ] Conexión con una CDN.
- [ ] Velocidad de carga medida con PageSpeed Insights.

SEGURIDAD Y CORREO 5

- [ ] HTTPS forzado: que la web redirija siempre a la versión segura.
- [ ] Actualizaciones, copias fuera del servidor, contraseñas largas, doble factor y usuarios con los permisos justos.
- [ ] Formularios que llegan y con información de privacidad.
- [ ] Antispam.
- [ ] Cuentas de correo con el dominio propio.

LEGAL 2

- [ ] Aviso legal, política de privacidad y política de cookies.
- [ ] Banner de cookies con consentimiento previo.

Lo legal es una lista de comprobación, no asesoramiento: cada negocio debe revisar su caso. No copies el aviso legal de otra web, porque llevará los datos de otro. Y tu sector puede tener obligaciones propias, como la calificación energética en cada anuncio de vivienda.

La IA revisa; tú firmas. La IA puede revisar textos, encontrar enlaces rotos, proponer textos alternativos, títulos y descripciones, o un primer borrador de preguntas frecuentes. Los datos, los precios, lo legal y las decisiones los revisa una persona.

TRUCO: COPIAS FUERA DEL SERVIDOR

Pregunta dónde se guardan las copias de seguridad de tu web. Si la respuesta es «en el mismo servidor», no tienes copia de seguridad: tienes una copia del problema.

TRUCO: LA CASILLA QUE ESCONDE TU WEB

Si tu web nueva no aparece en Google, mira en WordPress Ajustes → Lectura → «Disuadir a los motores de búsqueda de indexar este sitio». Si está marcada, ahí tienes la respuesta.

TRUCO: UN USUARIO PARA CADA PERSONA

Si varias personas tocan la web, que cada una tenga su usuario y solo los permisos que necesita. Quien solo sube viviendas no necesita ser administrador.

PREGUNTAS PARA QUIEN TE MANTIENE LA WEB

Esto es lo que aplicamos en el servidor de Sun&Sand. No hace falta que sepas hacerlo; sí que sepas preguntarlo:

- ¿Mi web está aislada de las demás del servidor, con su propio usuario?
- ¿Las contraseñas de la base de datos están fuera del código y de las carpetas públicas?
- ¿La carpeta donde se suben fotos impide ejecutar programas? Es la puerta de entrada más habitual.
- ¿Se puede editar código desde el escritorio de WordPress? Mejor que no.
- ¿Quién actualiza WordPress y sus plugins, y cada cuánto? ¿Dónde están las copias?
- ¿Las pruebas y las demos quedan fuera de los buscadores?

IDEA CLAVE

Una web no está terminada hasta que pasa el repaso final. La IA ayuda a revisar; firmar es cosa tuya.

DIAPOSITIVA 14

Una web más ligera contamina menos

Cada visita a una web transfiere datos, y eso gasta energía en el servidor, en la red y en el móvil del cliente. La buena noticia es que una web más sostenible es casi siempre una web mejor: más ligera es más rápida, Google la valora mejor y el cliente gasta menos datos y no se cansa de esperar.

Imágenes a su tamaño · Menos plugins y scripts de terceros · Sin vídeos automáticos · Caché · Borrar lo que sobra · Alojamiento con energía renovable

El clásico del sobrino es subir la foto tal como sale del móvil, seis megas, para mostrarla del tamaño de un sello. En Sun&Sand, cada foto original pesaba entre 2 y 3 MB. Convertidas a WebP y en los dos tamaños que usa la web, **todas las fotos de la fase 5 juntas ocupan 2,6 MB**: menos que una sola foto original.

Y se puede medir: Website Carbon Calculator estima lo que consume cada visita y la compara con otras webs, y PageSpeed Insights te dice cuánto pesa la página y qué la hace pesada.

TRUCO: EL PESO DE TUS FOTOS

Antes de subir una foto, redúcela al tamaño máximo al que se va a ver y conviértela a un formato moderno como WebP. Muchos plugins de WordPress lo hacen al subirla.

TRUCO: ¿TU ALOJAMIENTO ES VERDE?

Pregunta a tu proveedor si su energía es renovable. The Green Web Foundation mantiene un directorio de proveedores verificados y un comprobador gratuito.

ADVERTENCIA

Las cifras de emisiones de estas herramientas son estimaciones. Sirven para comparar y mejorar, no como dato exacto.

IDEA CLAVE

Una web ligera es más rápida, posiciona mejor y contamina menos. Lo sostenible y lo eficaz van de la mano.

DIAPOSITIVA 15

Auditoría exprés: tu web, en tres acciones

Revisa tu web (o la de un competidor, o la que te gustaría tener) con tres preguntas: **¿qué funciona?, ¿qué impide que un cliente te contacte?, ¿qué mejorarías primero?** Y llévate tres acciones, no más, elegidas de la lista del repaso final y ordenadas por lo que más ayuda al cliente y lo que menos esfuerzo te cuesta. La primera, para esta semana.

PROMPT DE AUDITORÍA

Actúa como un cliente que busca [lo que ofrezco] en [zona].

Revisa mi web: [dirección]. Si no puedes abrirla, te pego el texto de la portada y una captura.

Dime qué funciona, qué me impediría contactar y qué mejorarías primero.

Después, propón tres acciones concretas: una de contenido, una técnica y una de visibilidad, ordenadas por impacto para el cliente y esfuerzo.

No inventes datos sobre mi negocio.

ACCIÓN	QUÉ VOY A HACER	CUÁNDO
De contenido Horarios al día, fotos reales...		
Técnica HTTPS, copia de seguridad, imágenes, dominio a tu nombre...		
De visibilidad Ficha de Google, responder reseñas...		

La IA te ayuda a ordenar las ideas; las conclusiones las compruebas tú, con la web abierta en el móvil.

IDEA CLAVE

La formación termina con una mejora concreta que puedes hacer esta semana.

Tu web la puede hacer tu sobrino, una agencia o una IA. Lo que no puede faltar: que sea tuya, que alguien la revise y que alguien la mantenga.

Porque el sobrino sigue ahí. Solo que ahora escribe muy rápido.

HERRAMIENTAS QUE MENCIONAMOS

HERRAMIENTA	PARA QUÉ	DÓNDE
Material del taller	Las siete versiones de la web, los prompts y esta guía	sunandsand.maausk.tech/ace/
PageSpeed Insights	Velocidad y peso de una página	pagespeed.web.dev
Google Search Console	Cómo te encuentra Google y qué problemas ve	search.google.com/search-console
Perfil de Empresa de Google	Tu ficha en el mapa y en las búsquedas	google.com/business
Schema.org	El vocabulario de datos estructurados de tu sector	schema.org

HERRAMIENTA	PARA QUÉ	DÓNDE
Website Carbon Calculator	Estimación de lo que contamina cada visita	websitecarbon.com
The Green Web Foundation	Alojamientos con energía renovable verificada	thegreenwebfoundation.org
Directorio de plugins de WordPress	Plugins revisados y gratuitos	wordpress.org/plugins

LEONOR SÁNCHEZ DE LA OSSA

Marketing digital, comunicación y formación.

DIEGO LÓPEZ

Desarrollo web e inteligencia artificial · maausk.tech

Sun&Sand es una inmobiliaria ficticia creada para este taller. Sus viviendas, precios y fotografías son de demostración, y las imágenes están generadas con inteligencia artificial. ACE Business Lab ’26 · Programa de formación empresarial 2026.